

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, Efandri., Mutiara, dkk (2020). Analisis Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM Kota Jambi. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 257-262.
- Andriani, Rian., Mira, dkk (2022). Strategi Peningkatan Pemasaran melalui *Digital Marketing* pada UMKM Binangkit Kabupaten Bandung.
- Az-Zahra, N. S. (2021, November). *Implementasi Digital Marketing* sebagai Strategi dalam Meningkatkan Pemasaran UMKM. In NCOINS. *National Conference Of Islamic Natural Science* (Vol. 1, No. 1, pp. 7788).
- Chandra Febian (2021) *Social Media Marketing*. Diva Press (Anggota IKAPI), Banguntapan Yogyakarta.
- Chakti, Gunawan., (2019). *The Book Of Digital Marketing*. Celebes Media Perkasa.
- Hussain, H. N., Alabdullah, T. T. Y., dkk. (2023). *Implementing Technology for Competitive Advantage in Digital Marketing*. *International Journal of Scientific and Management Research*, 6(6), 95114.
- Curatman, Aang & Hartono., Edy (2024). Pemanfaatan *Google My Business* sebagai media pemasaran *digital* di Walagri food Cirebon. *Vol. 10 No. 2*.
- Puspitawati & Nurwati (2020) Menganalisis Peran Media Sosial sebagai Sarana Promosi dan Interaksi bagi UMKM di Indonesia.
- Dewi, Alika., dkk. (2023). *Journal of Social Community*
- Sihombing, Nikous., dkk. (2022). Pemasaran Digital. CV. Pena Persada, Kabupaten Banyumas, Jawa Tengah.

Nasution, Syahvina., dkk. (2020) Perancangan Promosi UMKM Layanan Jasa Peminjaman dan Membaca Buku 'PITIMOSS FUN LIBRARY' DI BANDUNG. *Vol. 7, No. 2.*

Karomah, Nurhidayati., dkk. (2023). Pengaruh Pengetahuan Produk, Kebutuhan dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Murabahah Mikro di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo. *Jurnal Perbankan Syariah Darussalam (JPSDa) Vol.3 No.2.*

Maryana, Sinta., dkk. (2021). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal TECHNOBIZ, Vol. 4, No. 2.*

Olson, E. M., Olson, dkk. (2021). *Business Strategy and The Management Of Digital Marketing. Business Horizons, 64(2), 285-293.*

Loden, Junus., A, J. (2025). Konten Sosial Media untuk Satu Kalender di SMA Ananda Batam. *Vol.7 No.1.*

Lianardo, Sartika, K. D., (2022). Pendampingan *Digital Marketing* untuk Pemberdayaan UMKM. *Journal of Servite, 4(2), 104-111.*

Qian, Y., Wang, D. (2023). *The implementation of digital marketing in brand promotion. Journal of Education, Humanities and Social Sciences, 16, 135-140.*

Qadir, Abdul & Ramli., M. (2024). Media Sosial (Definisi, Sejarah dan Jenis-jenisnya). *Al-furqan, Jurnal Agama, Sosial, dan Budaya. Vol.3 No. 6.*

Rozinah, S., & Meiriki, A. (2020). Pemanfaatan *Digital Marketing* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Doktor Manajemen (JDM), 3(2), 134.*

Pinem, Hermika., dkk. (2023, November). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Pada Mikari Bakery. *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ), Vol. 1, No. 6.*

Wahyusari, Ferbriani., Siti. (2022) Pengaruh Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan Produk UMKM. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 11 No 2.*

Wahyudin, Herwanto., dkk (2021). Pemberdayaan strategi UMKM melalui Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Pendekatan Analisis SWOT. *Vol 5, Nomor 1*.

Rauf, Abdul., dkk (2021). *Digital Marketing* : Konsep dan Strategi.

Ratiah, Hartanti., Setyaningsih., Dyah, Eka (2021). Inovasi dan Daya Kompetitif Para Wirausaha UMKM: Dampak dari Globalisasi Teknologi Informasi. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis. Vol.5 No.2*.

Mahmudah, Rahayu, Muthia., (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram sebuah pusat perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara, Vol.2 No.1*